

# “Tess” vi aspetta per emozionarvi con storie e idee

**Il magazine.** Il “caos calmo” che ispira le nuove collezioni è la chiave di lettura di un numero ricco di moda & cultura

## VERA FISOGNI

Rosso, il colore della passione e dell'energia per la copertina di “Tess” di primavera, da domani in edicola.

Interamente bilingue - tradotto in inglese dagli studenti del liceo Linguistico “Casnati” di Como, con il coordinamento della professoressa Vanna Bullock - il vostro magazine di moda&cultura, si prepara a stupirvi. Con effetti speciali? Macerto, a partire dalla cover, perché l'effetto trompe-l'oeil dell'abito di Moschino, che ritroverete indossato dalla nostra Alexandra Amico nella sezione “Cartoline glamour”, esprime bene il tema del numero, ispirato al “caos calmo”.

## Vortice di dettagli e sobrietà

Il contrasto tra i due termini fotografa perfettamente il mood che attraversa le collezioni primavera/estate. Colori in libertà, dal rosso intenso al giallo, al mix di stampe. Tagli tattici. Camice trasformiste. Volumi over. E poi un tripudio di rigoni, quadrotti e fiori. Come leggere i trend di primavera?

Al di là delle proposte, si impone una sorta di “caos”, vale a dire un gioco di dettagli all'apparenza confusi su linee ben definite, dal tono sobrio - “calmo”, come prova lo stile giapponese (Issey Miyake, protagonista anche di “Tess”) e lo stesso Moschino, nonostante l'aspetto ludico dei suoi modelli. Siamo in una

## La scheda

**Quasi 200 pagine in italiano e inglese**



## Con un dossier “retail”

“Tess”, il magazine di moda&cultura di La Provincia torna in edicola domani, 16 marzo, a 1,70 euro + il prezzo del quotidiano. A cura di Vera Fisogni, con Serena Brivio fashion consultant e progetto grafico di Antonella Corengia, il magazine è interamente bilingue (italiano/inglese). Ricchissimo di esclusive, il numero di primavera si ispira al tema del “caos calmo” che pervade le collezioni dei maggiori stilisti, declinato in interviste, servizi di moda con abiti di tendenza, girati sul nostro lago e tante idee suggerite da stilisti di punta. Tra le novità, una sezione dedicata a cosa davvero fa tendenza nei negozi. Un denso dossier sulle aziende tessili d'eccellenza (a cura di Bruno Profazio), e sulle modalità di formazione del personale, completa la rivista del Como Style.

fase evolutiva della moda, che non a caso cita massicciamente gli anni Ottanta (decori, volumi, design), lo stato nascente del prêt-à-porter e del Made in Italy, tagliato a pennello da formidabili stilisti, ma vestito dal talento del Como Style, a cui la moda torna a chiedere di farci sognare.

## I nostri protagonisti

La scelta dei personaggi riflette il gioco degli opposti e del vortice emozionale. Ecco Bebe Vio, Donatella Versace, Arisa, la pop star della porta accanto Alvaro Soler, la narratrice Clara Sanchez, Serena Dandini, Paola Marella, Jill Cooper, Cristina Chiabotto, Elena Barolo, Miahatami e altri. I servizi “made in Tess” sono tanti: dalla maternità «che cambia la vita», raccontata da Daniela Lanzetti, étoile del Balletto di Stoccarda e mamma di Stella, alla giornata di una diva pop sul Lago di Como, alle “fiorture” degli abiti nel parco di Minoprio, con Erica Ratti, al gioco dei volumi, nella moda di Issey Miyake, interpretato dall'artista (e celebre ex modella) Erika Trojer e dalla fotografa Amy Spadacini. Non vogliamo togliervi la sorpresa di sfogliare questo magazine denso di energia e di pensiero, dove lasciamo l'ultima parola a Claudia Baracchi, la filosofa che ha insegnato agli Americani ad amare Platone, che ci spiega perché il caos è sempre creativo.



Daniela Lanzetti, étoile comasca del Balletto di Stoccarda, con la figlia Stella FOTO DI CARLO POZZONI

## Un viaggio nei trend dalle sfilate ai negozi

**ANALISI**  
SERENA BRIVIO  
Fashion consultant

Dalle passerelle ai negozi. Nel nuovo numero di “Tess”, accanto al punto di vista creativo degli stilisti - vi proponiamo le interviste ad Alessandro dell'Acqua, a Vivetta, a Donatella Ver-



sace e il profilo dei giovani emergenti delle scuole di moda - diamo spazio alle riflessioni dei titolari di quattro negozi “top di gamma” del territorio comasco. Dalle sfilate-evento agli acquisti, cosa va davvero dritto al cuore dei consumatori? Apprendiamo che il lusso si declina, nella moda maschile, con la dimensione sartoriale dei capi, mentre in senso generale, cresce la domanda per

l'unicità dello stile. Sempre più fashion-conscious, la clientela arriva in negozio già al corrente dei prodotti (visti sui siti delle Maison o della boutique). «Viaggiare, andare alle sfilate, cercare novità» - ci spiegano gli specialisti - è il punto di forza degli store di tendenza. Il profilo degli interlocutori fa di queste pagine un importante strumento di aggiornamento per il settore moda.